ВЕДУЩАЯ РУБРИКИ
ЯНИНА НОВИКОВА

Что рискованнее для имиджа: создать страницу Вконтакте или вовсе не создавать её?

ЧЕГО ЖДАТЬ ОТ СОЦСЕТЕЙ

Сегодня становится популярным выходить в соцсети и использовать их как дополнительный канал связи со своей аудиторией. Это делают не только коммерческие организации и органы власти, но и учреждения социальной сферы, в том числе профессиональные образовательные организации.

Кто-то назовёт такой шаг очевидным – ведь можно столкнуться с недоброжелателями или неадекватными пользователями, да и работы сразу прибавляется. Если вы ещё не создали свою страничку Вконтакте или в Instagram, стоит подумать о том, как много вы можете упустить. Во-первых, молодёжная аудитория охотно заходит на страницы в соцсетях и задаёт вопросы о том, какое образование можно получить, какие условия поступления и обучения в учебном заведении. Здесь с молодыми людьми можно легко строить диалог. Во-вторых, на своей странице можно рассказать о том, как живут студенты, какая атмосфера царит в учреждении, а это дополнительные баллы к вашему имиджу. В-третьих, если вы ещё не создали страницу, её уже давно могли создать ваши выпускники или учащиеся, а это не всегда хорошо.

РАССЕДАНКИ СПАМА

Если задаться целью найти страницы колледжей, училищ или техникумов Самарской области Вконтакте, то в процессе поиска можно обнаружить немало неофициальных групп, которые создают учащиеся и выпускники. Отличаются они от официальных страничек обычно тем, что в них практически отсутствует модерация контента. Из-за этого они становятся площадкой для спама.

Примечателен пример группы *«ТАМК ТОЛЬЯТТИНСКИЙ МЕДИЦИНСКИЙ КОЛЛЕДЖ»*, в которой состоит более тысячи участников. Сначала из содержания группы не совсем понятно, является ли она официальной страничкой колледжа Вконтакте. В шапке страницы написаны адреса и телефоны колледжа, а также обозначено: «группа для тех, кто учился, учится, собирается поступать в ТМедК».

На стене группы – весьма навязчивые приглашения на работу, правда, совсем не по медицинским специальностям.

Дальше мы натыкаемся на объявление от некой Виктории:

«Требуется Дипломная работу
предмет: Основы сестринского дела в педиатрии
тема: Осуществление сестринского ухода за детьми с тимомегалией
Все подробности в ЛС» (орфография и пунктуация автора сохранены).

На странице размещены объявления от работодателей и вопросы от абитуриентов и студентов, которые, кстати, остаются зачастую без ответа, теряются среди рекламных постов о вечеринках, продаже дипломных работ и т.д.

КОГО ИЩУТ ВКОНТАКТЕ?

Такая страничка, у которой нет собственного контента, разместившего администраторов, не отображается в новостной ленте подписчиков. Вряд ли посещаемость здесь высокая. Поэтому и общение в этой группе отсутствует.

Администрация колледжа, видимо, старательно не замечает, что в соцсетях давно существует страница, носящая гордое название данного учреждения, имеющая многочисленную аудиторию, но при этом в ней много спама.

Аналогичную картину мы наблюдаем в группах *«Самарский Техникум Индустрии Торговли и Общественного питания», «$$$$$ НОВОКУЙБЫШЕВСКИЙ МЕДИЦИНСКИЙ КОЛЛЕДЖ $$$$$», «НИХТ (Новокуйбышевский Нефтехимический Техникум)», «ПГК» (Поволжский Государственный Колледж), СПЛК»* и др.

ТОЧКИ РОСТА

Но есть и гораздо более удачные примеры официальных групп учреждений, где ведётся новостная лента, есть действующий администратор, но аудитория пока немногочисленна.

Речь идёт о таких страницах, как, например, у Тольяттинского социально-экономического колледжа, Тольяттинского музыкального колледжа им.Р.К. Щедрина, Самарского областного училища культуры и искусств.

На страницах этих групп можно узнать много интересного о том, чем живёт учреждение, какие там проходят мероприятия, в каких конкурсах участвуют студенты, какие у них успехи. Такие странички не только дополняют официальные сайты образовательных организаций, но также служат дополнительным каналом общения с абитуриентами, студентами, родителями, преподавателями, работодателями. Им остаётся только пожелать продолжать действовать в том же духе, наложить живое общение с аудиторией и увеличивать количество пользователей.

ГДЕ ИНТЕРЕСНО МОЛОДЁЖИ

Совсем по-другому дела обстоят на страницах сообществ таких учреждений как Самарский социально-педагогический колледж, Самарский государственный колледж, Самарский энергетический колледж. Их страницы выделяются большим количеством участников, качеством содержания и постоянно поддерживаемым общением с аудиторией. Здесь также можно задать любой вопрос о поступлении в колледж и условиях обучения.

Одним из самых примечательных представителей в Вконтакте является страница Самарского техникума кулинарного искусства. Эта страница была замечена редакцией газеты «Образование - Самарский регион» год-два назад. Тогда страница техникума была одной из самых первых среди официальных групп учреждений СПО Вконтакте. При просмотре первых же десяти постов в этом сообществе понимаешь – здесь кипит жизнь. Это информационный рай для абитуриента, любого желающего поучаствовать в мастер-классе, потому что тут они могут задать любой вопрос о поступлении в техникум, о предстоящих днях открытых дверей, мастер-классах и получить довольно оперативный ответ. Для студентов регулярно размещается информация о расписании, различных акциях и мероприятиях, в которых они могут поучаствовать, отчёты с конкурсов и чемпионатов с аппетитными фотографиями блюд, и т.д. Стена группы открыта, здесь задают вопросы все желающие, а также регулярно размещают объявления работодателем, которым требуется персонал в рестораны и кафе, на производство пищевых продуктов. Есть объявления о возможности пройти оплачиваемую практику.

Живое общение мы видим на странице Самарского художественного училища им. К.С. Петрова-Водкина. Здесь своя специфика: добавляются объявления о товарах и услугах для художников, среди предложений о работе встречаются запросы от индивидуальных заказчиков. В группе чувствуется взаимная поддержка её участников на вопросы абитуриентов охотно отвечают студенты и выпускники училища.

Безусловно, выход в соцсети должен стать для любого учреждения продуманным шагом. Но, как показывает реальность, отказадвать этот вопрос в долгий ящик сегодня невозможно – ведь свято место пусто не бывает. И там, где есть потребность в общении студентов и выпускников, всегда находятся энтузиаст, который создаст площадку с названием своего родного учреждения, но совершенно не будет нести ответственность за её содержание.